



Una mirada romántica de la Alhambra

María José Collado Ruiz¹

Resumen: Tan importante como el patrimonio edificado que conforman la Alhambra y el Generalife es la imagen que a través de los siglos se ha proyectado al mundo sobre este conjunto monumental. En ella han tenido mucho que ver aquellos viajeros románticos que buscaron un oriente cercano en tierras españolas. Independientemente de las opiniones, más o menos afortunadas, que se vertieran sobre “lo español”, lo que es indiscutible es que gracias a ellos se referenció la Alhambra, y por extensión, la ciudad de Granada, como uno de los destinos turísticos universalmente reconocidos. El modo en que actualmente hagamos uso de esa imagen proyectada y fuertemente enraizada en el imaginario colectivo es un trabajo que debe partir de una profunda reflexión multidisciplinar. Pero se ha de tener en consideración, que del resultado de la misma deben obtenerse los conocimientos y medios para trasladar una mirada de múltiples facetas sobre el conjunto monumental nazarí en que deberían implicarse desde los ciudadanos de Granada hasta los organismos e instituciones competentes en su gestión.

Palabras clave: Alhambra; Granada; Romántico; Relato; Imagen.

Um olhar romântico sobre a Alhambra

Resumo: Tão importante quanto o patrimônio construído que compõe a Alhambra e o Generalife é a imagem projetada, ao longo dos séculos, para o resto do mundo a respeito desse complexo arquitetônico. Nela, muito tiveram a observar os viajantes românticos que buscaram um oriente próximo das terras espanholas. Independente de opiniões, mais ou menos corretas, que se expressaram sobre “o espanhol”, o que se torna indiscutível é que, graças a eles, a Alhambra tornou-se conhecida e, por extensão, a cidade de Granada, como um dos destinos universalmente reconhecidos. O modo como atualmente se faz uso dessa imagem projetada e fortemente enraizada no imaginário coletivo é um trabalho que deve partir de uma profunda reflexão multidisciplinar. No entanto, deve-se levar em consideração que do resultado da mesma devem-se obter os conhecimentos e meios para traduzir os diversos olhares a respeito das múltiplas facetas do complexo arquitetônico nazarí, envolvendo desde os cidadãos de Granada aos organismos e instituições responsáveis por sua gestão.

Palavras-chave: Alhambra; Granada; Romântico; Relato; Imagem.

A romantic look at the Alhambra.

Abstract: As important as the built heritage that make up the Alhambra and the Generalife is the image that over the centuries has been projected to the world on this monumental complex. In it have had much to do those romantic travelers who looked for a nearby East in Spanish lands. Regardless of the opinions, more or less fortunate, that were poured over “the Spanish”, what is indisputable is that thanks to them the Alhambra was referenced, and by extension, the city of Granada, as one of the universally recognized tourist destinations. The way in which we currently use that projected image and strongly rooted in the collective imagination is a work that must start from a deep multidisciplinary reflection. But it must be taken into consideration, that the result of the same should be obtained the knowledge and means to translate a view of multiple faces on the Nazari monumental set in which they should be involved from the citizens of Granada to the agencies and institutions competent in their management.

Keywords: Alhambra; Granada; Romantic; Story; Image.

¹ Arquitecta técnica, Doctora en Historia del Arte. Master en Culturas Árabe y Hebrea. Profesora de la Universidad de Jaén. Grupo de investigación Arquitecto Vandelvira. HUM-573. E-mail: mcollado@ujaen.es , majocollado@gmail.com

Cuando se me planteó la posibilidad de aportar una contribución a un monográfico sobre la Alhambra me pareció un reto en el que recaía una gran responsabilidad. Especialmente cuando se me propuso que la línea temática a trabajar fuese sobre los relatos e imágenes de la Alhambra, que entre la historia y el mito, se han difundido a lo largo de los últimos siglos. Parecía una temeridad por mi parte intentar ahondar en un campo en el que muchos y grandes expertos nos han dejado ya un buen número de extraordinarias aportaciones, que serían cita obligada para cualquier investigador novel, como es mi caso. Pero desde el respeto más absoluto me aventuro a reflexionar en las siguientes páginas con una, espero, nueva mirada sobre uno de los conjuntos más bellos, no sólo levantado por las manos del hombre, sino muy especialmente, por el aura cuasi mítica que se ha tejido en torno a él.

Los relatos que se habían ido generando desde la misma conquista del sultanato Nazarí y especialmente aquellos que tanto habían proliferado tras la Guerra de la independencia española y que engrosaron un interesante y, por qué no decirlo, curioso corpus de libros de viajes durante todo el siglo XIX y también el XX, han sido tomados como base esencial de mi trabajo. A esto se debe añadir la rica bibliografía que experimentados investigadores han publicado en los últimos años. Esta ha sido objeto de una lectura concienzuda por mi parte, lo que me ha llevado, por un lado a admirar estas aportaciones, que son reseña obligada, pero que a la vez han suscitado la curiosidad por intentar abrir una pequeña brecha que pudiera aún estar inexplorada y en la que contribuir con mi propia mirada.

El exhaustivo artículo que el Dr. J. Calatrava tituló *La Alhambra como mito arquitectónico, 1750-1910* nos remite directamente a una tesis que se sustenta, no sólo por su completa relación de material en que demuestra cómo se ha alentado el pensamiento arquitectónico de más de dos centurias (CALATRAVA, 2008, pp. 61-93), sino porque además de en papel, están las muchas construcciones, que repartidas por todo el mundo han copiado, imitado o se han inspirado en la imagen de la Alhambra. Como hemos podido contemplar en la reciente exposición que durante el otoño de 2017 organizó el Patronato de la Alhambra y Generalife en el Museo Casa de los Tiros de Granada bajo el título *Alhambras. Arquitectura neoárabe en Latinoamérica*.

Ahora bien, el mito no se ha generado únicamente por la arquitectura de la Alhambra. El conjunto monumental, es obvio que tiene la entidad y cualidad suficiente para ello, pero también es cierto que hay algo más que sus magníficas estructuras y decoraciones. Ese algo más es lo que me llevó inmediatamente a buscar las acepciones que el Diccionario de la Real Academia daba a la palabra mito y encontrar que, todas y cada una de las cuatro que ofrece, se podían aplicar a la Alhambra. La tercera y la cuarta, en cuanto que hablan de una persona o una cosa, son las que con más propiedad podíamos tomar. Mito: - persona o cosa rodeada de extraordinaria admiración y estima y - persona o cosa a la que se atribuyen cualidades o excelencias que no tiene. La admiración y estima por la Alhambra son universalmente reconocidas, pero el que se le atribuyan cualidades o excelencias que no tiene es un argumento, que muchos podrían discutirme. Y sin embargo, en parte, ahí se sustenta la construcción del mito de la Alhambra. En una atribución de valores, que son totalmente subjetivos, y que se han derivado de los relatos, que sobre ella hicieron muchos viajeros románticos. Y es justo en este punto, donde también se han de recordar las dos primeras acepciones del diccionario, como - narración maravillosa situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico e historia ficticia o - personaje literario o artístico que encarna algún aspecto universal de la condición humana.

Figura 1. David Roberts. Torre de Comares. Aguada

Fuente: Manchester. The Whitworth Gallery. University of Manchester.

Si deslizamos la mirada por las páginas de alguno de los libros de viajes, que se publicaron especialmente en la segunda mitad del XIX, podemos descubrir que hay mucho de narración maravillosa y de inclusión o alusión a personajes de carácter heroico o que encarnan un aspecto universal de la condición humana. En esos relatos se habla de una Alhambra, que a pesar de su manifiesta decadencia logra rememorar un pasado glorioso en el que se han desarrollado épicas guerras, en las que los caballeros luchaban heroicamente y se enamoraban de damas raptadas y por las que llegaban a cometer actos cercanos a la locura. En esas páginas había también villanos y traidores, afrentas por honor y luchas por el poder. Había un rey, un castillo, un palacio, una suntuosa corte y como colofón, un final desgraciado marcado por el exilio, y sobre todo por el sentimiento de pérdida.

Y es en todo eso, en su conjunto, en lo que se sustentó el mito romántico sobre la Alhambra. Pero si a día de hoy tuviera que destacar sólo uno de esos elementos, me quedaría sin duda, con el citado en último lugar: ese sentimiento de pérdida. Es un sentimiento y por tanto no apela a la razón, no busca un

convencimiento por sesudos argumentos, sino que lo que hace en esencia es acariciar suavemente lo más profundo de nuestro ser. A algo que ya no tenemos, algo que se fue o abandonamos, algo que nos genera una profunda tristeza al sentir su falta y a la vez nos hace recordar con nostalgia un pasado, que como tal, no puede volver.

Ese sentimiento, universal y reconocido por todos, es el que alimentaba la fértil imaginación de los escritos. que sobre la Alhambra y Granada vieron la luz durante todo el siglo XIX y principios del XX. Porque ya W. Irving decía *To speak of Granada is to speak of the Alhambra* (NAVARRO DOMINGUEZ, 2015, p. 142), y desde entonces hasta la actualidad, esta apreciación se ha mantenido. Cuando se cita a los viajeros románticos en general, se hace con una velada crítica a que ellos fueron los creadores y difusores de una distorsionada imagen de España en el extranjero. Se les culpa de haber popularizado un cliché (CORNU, 2008, p. 249) sobre el aspecto y el carácter, no sólo de los lugares que visitaban, sino también de las gentes que los habitaban. Esta acusación está sobradamente fundada si leemos muchos de sus relatos, independientemente de que su autor sea francés, inglés, norteamericano, alemán,... porque lo que ellos reflejaron con su prosa, e incluso algunos, en verso, es el producto de una época y una mentalidad concreta: la que tenía en el viaje a un oriente desconocido el propósito de una vida resuelta y cansada del aburguesamiento en que se movían en sus lugares de origen. Además, venían atraídos por relatos anteriores, y buscaban con su viaje confirmar una imagen que previamente se habían forjado (MIÑANO MARTINEZ, 2006, pp. 149-150) y, por tanto, lo que con tanta ansia esperaban encontrar era el objeto, que ellos habían imaginado (VIÑES MILLET, 2006, p. 170).

Debemos remitirnos no sólo a los testimonios que ellos dejaron por escrito, sino también a las imágenes que desde hacía tiempo circulaban por toda Europa gracias a las reproducciones de grabados (GALERA ANDREU, 1992; 10-22) e incluso las primeras fotografías, que se tomaron de la Alhambra. Estas volvían a incidir en un aspecto sustancial sobre el conjunto monumental y la ciudad: su indudable decadencia, su abandono y otra vez, la pérdida.

Figura 2. Vista de la Alhambra.



Fuente: Fotografía de la autora.

Llegados a este punto se hace obligado establecer con algo más de precisión el modo en que estas primeras imágenes de la Alhambra se habían venido introduciendo en el mercado artístico internacional y como se habían convertido en un incipiente reclamo turístico, que atraía a un selecto grupo de visitantes hasta la ciudad de Granada para contemplar y vivir la experiencia de un glorioso pasado.

Los muchos grabados que podemos encontrar tanto de los interiores de los palacios, como vistas que tienen como fondo el privilegiado paisaje construido de la Alhambra fueron generosamente embellecidos por la mano de los pintores y animados con su arte con la inclusión de personajes, reales o no, que hacían más evocadora aún si cabe, su visión. Algo más tarde, incluso las primeras fotografías tomaron esta costumbre. Dado que los tiempos de exposición prolongados restaban la posibilidad de captar las personas que los habitaban o que posaban en el marco de los palacios nazarí y puesto que muchos de sus resultados se comercializaban gracias a copias reproducidas mediante técnicas de grabado, también eran “animados” con color y personajes, que daban vida a lo que habría resultado un frío y vacío decorado.

Con esto, el argumento que pretendo presentar es que estos escritores, pintores, grabadores, pioneros fotógrafos y diletantes en general eran totalmente conscientes de lo que tenían ante sus ojos y sin embargo, siguieron transmitiendo una imagen hacia el exterior con la que seguir alimentando el mito. Una imagen, que sustentada en la realidad pero pasada a través del emotivo tamiz de la mentalidad romántica, creaba una evocación, una imagen mental mucho más poderosa que la realista percepción que pudieran plasmar los primeros objetivos fotográficos.

¿Cuánto más sugestiva era esa imagen mental que reforzaba un entorno mítico o un gran palacio? Y con esto no se pretende insinuar que esa imagen se hubiera construido sobre el desconocimiento histórico, o al menos un conocimiento sesgado de hechos y circunstancias. Si intentamos buscar una fecha de nacimiento para el mito podremos descubrir que el mito de la Alhambra comienza desde su propia construcción como sede para un nuevo poder en la Granada medieval. Una nueva ciudad que se levanta sobre las ruinas de antiguas fortificaciones ante la necesidad de una imposición tanto física como simbólica. El mito se magnificará tras la conquista cristiana cuando pase a ser Casa Real Vieja, al ser una sede durante un corto período, de una monarquía que pronto optó por la construcción, en su mismo solar, de una Casa Real Nueva: el Palacio del Emperador Carlos. Un palacio que quedaría inacabado y sin las atribuciones a las que su magna edificación debía haber dado cobijo. Y finalmente un olvido intencionado por parte de los Borbones, nueva monarquía reinante a partir del siglo XVIII. El olvido, el abandono y el desinterés por parte de quienes residían o tenían responsabilidades sobre ese antiguo Alcázar le llevaron a fijarse como una ruina magnífica y evocadora en el imaginario colectivo gracias al descubrimiento que de ella hicieron esos viajeros que llegaban desde fuera de nuestras fronteras.

El Mito y la Historia no tienen, y de hecho no son, conceptos contrapuestos. Desde la Antigüedad se han sustentado el uno del otro y viceversa. La Historia se ha alimentado del Mito para nutrirse de su fuerza y de su capacidad de difusión y al revés, el Mito siempre ha necesitado de una base histórica, sin la cual habría quedado en una fantasiosa narración. Y es así como las lecturas de las primeras descripciones que se publicaron sobre Granada, sus palacios, las guerras por el trono y la guerra de conquista como una cruzada se habían encargado de inflamar la imaginación de unas mentes especialmente receptivas a estos estímulos. Y la respuesta fue el viaje al Oriente más cercano, que era España. La huida en busca de un pa-

raíso primitivo y exótico tenían su meta en un país, que aunque atrasado y olvidado de muchos avances, que propiciaba la revolución industrial, y quizás precisamente por eso; reunía todos los elementos para convertirse en el destino obligado de quienes, al menos por un tiempo, pretendían evadirse de un férreo corsé impuesto por sociedades “más civilizadas”.

Difícilmente se podía encontrar un lugar que atrajera más el deseo de un personaje adinerado del siglo XIX: un paisaje agreste, con grandes montañas y una antigua ciudad que permanecía aún virgen de las grandes reformas urbanas y cuyo colofón era un excelso palacio oriental que amenazaba la ruina. ¿Se podía ser más atractivo a los ojos de un romántico? O, mejor aún, ¿podían pasear por un entorno más sugestivo para la mente de un romántico?

Fue este momento y este movimiento cultural el que, seguramente sin pretenderlo, creó el eslogan publicitario más importante y duradero que ha tenido España. Porque ellos ya descubrieron que “España es diferente”. Esa España caída en desgracia a los ojos de un pensador ilustrado era lo que precisamente nos ponía en las cotas más altas del escalafón estético de un romántico (LLEO CAÑAL, 1984, p. 46).

A la par que leía los relatos de Irving, las cartas de Gautier y de Alejandro Dumas o la guía de Ford iba haciendo pequeños descansos en que mis ojos pasaban desde los oleos del escocés David Roberts a los grabados de Lewis, de los dibujos de Dutailly, Murphy y Girault de Prangey a los apuntes de Richard Ford y su esposa Harriet. Surgió en esos momentos la diatriba de la interpretación de la famosa y tan socorrida para la teoría del arte, cita de Quinto Horacio *Ut pictura poesis*. Ciertamente pasaba del texto poético a la imagen pictórica miméticamente sin solución de continuidad. Si la imagen y la palabra se interpretan con valores equivalentes, en el caso que nos ocupa, y partiendo de que ambas artes son distintas en sus medios de expresión y técnicas, pueden alcanzar un mismo fin. Lo que en una es trazo y color es en la otra palabras y ritmo. Ambas aspiran a trascender y a llevar, a quien las disfrute, hasta unas cotas que de otro modo sólo con la ensoñación se podrían alcanzar.

Porque es el sueño y su complacencia lo que movía a estos primeros viajeros turistas a la ciudad de Granada, de la que Wahsington Irving decía: *fue siempre esta ciudad objeto que despertó mis sueños* o Alejandro Dumas: *Con este bonito nombre de Granada ya habéis construido en vuestra imaginación una ciudad de la Edad Media, mitad cristiana, mitad mora*. Esa ciudad, que en la lejanía de París inspiró a Gautier el recuerdo nostálgico de un sueño del que tristemente había despertado cuando escribía su *Voyage en Espagne* (CAMPOS PLAZA y CAMPOS MARTÍN, 2001; 203).

Necesitamos de una cura de humildad cuando nos hacemos eco críticamente del lastre de un folklórico y estereotipado concepto de lo español, que sobre nuestra imagen ha pesado desde hace siglos, por la importante difusión que tuvieron los textos de estos primeros “hispanistas” o “curiosos impertinentes” (ROBERTSON, 1988). Desde nuestra posición actual, debemos reconocer el importante legado que estos privilegiados viajeros, que llegaron hasta Granada en busca de un ideal, han dejado para la posteridad. Ellos son los que literalmente referenciaron a España, a Andalucía, a Granada y su Alhambra en el circuito turístico internacional. Seguramente sin pretenderlo, sin ayudas o promociones de organismos oficiales y posiblemente sin contar con la opinión de “los propios”, pero sí la aceptación “de los extraños”, son los que nos dieron ese necesario toque de atención a nuestras conciencias, para hacernos saber que teníamos en una tierra heredada de nuestros ancestros un patrimonio único y digno de conocer y preservar, que aunque

ubicado en un lugar, que tenemos como propio, no nos pertenece en exclusiva.

Todas esas páginas que ahora engrosan una extensa y rigurosa bibliografía de estudios de los textos y las obras gráficas (grabados, dibujos, pinturas y fotografías) de esos viajeros decimonónicos, que fueron de los primeros turistas que pasaron por Granada, son el fruto de años de investigación multidisciplinar de la que podemos servirnos para aprender y ayudarnos en la gestión de un entorno, no sólo el monumento, que vendemos como producto turístico cultural.

Sabemos sobradamente que estas obras se escribieron a partir de argumentos apriorísticos, con falta de conocimientos y sin la menor intención de que la Alhambra fuese un objeto de estudio, sino un escenario ideal en el que encontrar emociones y deleite de los sentidos. Muy a pesar de todas las deficiencias que podamos achacarles, lo que debemos reconocer, entre otros valores, es el tratar al monumento en su entorno.

Una de las caracterizaciones que no solía faltar en los relatos e imágenes de los viajeros era la del extraordinario protagonismo conferido al paisaje, tanto en términos literarios como artísticos. Sin duda la perspectiva romántica fue responsable en buena medida de introducir en la mirada y el entendimiento de la Alhambra, la de su inserción en el paisaje, tanto natural como urbano. El paisaje entendido en términos modernos tiene en la estética romántica una de sus bases cualificativas imprescindibles, ya que no se concibe el paisaje sin el hombre y la producción del hombre sin el paisaje.

La descripción del paisaje granadino que aparece en los libros de viajes románticos, además de anticipar contenidos de la Geografía moderna (ORTEGA CANTERO, 1999, p. 122), comienza a sentar las bases de categorías patrimoniales que serán recogidas en los diferentes corpus legales internacionales a lo largo del siglo XX. No se puede atribuir a estos textos o imágenes decimonónicas una decidida intención patrimonial con más de una centuria de adelanto, pero sí la intuición de una serie de valoraciones que forman parte actualmente de algunas de las definiciones de las tipologías de conjunto, que sobrepasan el mero concepto de monumento.

En ellas aparecen, mediante la analogía y la comparación, una serie de valores paisajísticos, como su ubicación en lo alto de la ladera de la Sabika, su perfecta inserción en el entorno, su estrecha relación con la ciudad a sus pies, la vega y el fondo que le confiere Sierra Nevada. Se pueden entresacar en estos relatos el modo en que la Alhambra se mostraba ante sus inquietos ojos por primera vez y los epítetos de admiración que le dedicaban, no son óbice para que la descripción resulte suficientemente explicativa. Partiendo de antemano de que ellos vinieron a corroborar una imagen mental preexistente, se puede destacar su apreciación de la majestuosidad del enclave de los antiguos palacios. Se muestran especialmente admirados por la perfecta adecuación de arquitectura y naturaleza, su tratamiento plástico, lumínico e incluso, los muchos valores sensoriales que mientras acceden y recorren el conjunto de la Alhambra son capaces de percibir. Así no solo, escriben sobre la belleza del conjunto y sus detalles ornamentales, sino sobre ambientes muy sofisticados en su concepción espacial o su adaptación a las condiciones climáticas.

En sus palabras hay una alta dosis de subjetividad y hay ocasiones en que se sienten abrumados por el sentimiento que les embarga, pero usan una terminología altamente descriptiva y que por tanto no deja de ser válida en el propósito de sus relatos: hablan de altas torres almenadas, de una coloración naranja o

rojiza que destaca sobre el cielo, de las líneas puras de esos volúmenes en contraste con las agrestes de las montañas y los matices de la vegetación circundante. Explican la sensación de frescor que da aliento al visitante en los días de altas temperaturas veraniegas y como se agradece la sombra que ofrecen sus pórticos y salones, y alaban especialmente la utilidad de los patios interiores. Argumentan a favor de la presencia del agua y la vegetación como elementos responsables de los acogedores espacios que transitan y que algunos de ellos tuvieron como residencia.

Figura 3. Palacio del Generalife desde la Alhambra



Fuente: Dibujo David Roberts. Grabado J. H. Kernot, en Th. Roscoe *The Tourist in Spain*

Esta misma Alhambra que ellos visitaron y su experiencia vital y sentimental es lo que hoy nosotros seguimos vendiendo fuera de nuestras fronteras. Nosotros, sí, los que verdaderamente deberíamos llamarnos orgullosamente “hijos de la Alhambra”, como se presentaba Mateo Jiménez ante Washington Irving, somos los auténticos responsables de la imagen que publicitamos de Granada y su Alhambra como principal reclamo turístico. Igual que ellos, ofrecemos “vistas enmarcadas de la Alhambra”, porque todas ellas están calificadas por nuestros particulares afectos e intereses y por tanto, son sólo pedacitos, como pequeños recortes de postal, lo que enseñamos cuando hablamos de ella. Y las más de las veces, nuestro más importante señuelo para atraer al viajero hasta Granada, es darle una habitación, un café o una cena con “vistas de la Alhambra”.

Y es precisamente en esta cuestión donde recae una extraordinaria y muy pensada labor de gestión de la imagen proyectada. Porque no podemos esgrimir el argumento de la inocencia o la ignorancia en nuestra tarea. Nos debemos exigir un alto grado de honestidad en un trabajo profesional, para unos, y que debería ser casi vocacional para la mayoría de los granadinos: el de ser auténticos embajadores de un legado que valorar, ya que es un regalo de nuestros antepasados que transmitir a las próximas generaciones. Como un auténtico tesoro y no únicamente como activo turístico.

Y es justo en este punto donde debemos ver los paralelismos entre ese pasado marcado por los re-

latos e imágenes difundidas por los viajeros románticos y lo que actualmente nosotros presentamos de la Alhambra y por extensión, de Granada, ante el mundo. No hay tanta diferencia entre ellos y nosotros. O no es cierto que seguimos publicitando el tan criticado por muchos intelectuales españoles como “tópico” pasado moro de la ciudad de Granada e interesadamente nos calificamos como ese “oriente próximo” que buscaba el turista oriundo de latitudes más septentrionales, y al que ahora nosotros le añadimos el de “destino seguro” para hacernos con el mayor número posible de visitantes, que podían fácilmente marcharse hasta regiones más orientales que la nuestra.

Las numerosas investigaciones realizadas sobre la imagen proyectada por estos viajeros, los grandes y excelentes estudios que hemos ido acumulando, especialmente en el último siglo y medio sobre la Alhambra y su relación con la ciudad de Granada en el devenir histórico, no han hecho que renunciemos a lo típico, tópico y efectista que fue la imagen proporcionada por los románticos sobre nosotros. Seguimos ahondando en la diferencia, en el carácter alegre, en nuestra forma intensa de vivir cotidianamente, en nuestro amor por disfrutar de la calle y la fiesta y en definitiva, en una cultura que nos identifica tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Esa cultura se ha visto enriquecida por un enclave privilegiado en el que aún se puede pasear por un reacondicionado callejero andalusí, a la par que cristiano, centro histórico y acceder, a la que ha sido y sigue siendo, meta de todo viajero: el conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife. Porque es su imagen oriental dentro de occidente lo que le ha convertido en patrimonio cultural universal e identificativo de la ciudad para el mundo. Y eso, que algunos juzgaron como una rémora es lo que hoy seguimos exportando sin el menor de los escrúpulos.

¿Por qué Granada habría de renunciar a esa imagen tan eficaz, afianzada en los últimos siglos, que la ha promocionado gratuitamente? Porque no puede permitírselo. Para bien de muchos, eso es algo que también hemos heredado y por tanto, entra en las mismas premisas que comenté en párrafos anteriores. Tenemos la responsabilidad de su gestión en la actualidad desde unos parámetros éticos muy diferentes. El binomio indisoluble de Granada y la Alhambra es mercancía cultural desde hace mucho tiempo. Ahora bien, en cuanto es mercancía se rige por las leyes del mercado, de la oferta y la demanda, necesita de un vendedor y de una clientela. Y tiene implicaciones más profundas de lo que pueda parecer a simple vista, ya que se debe tener muy claro que queremos vender y el modo de hacerlo. Y es aquí donde llega uno de los puntos, en mi opinión, más importantes. Puesto que no es simple mercancía, sino mercancía “cultural”, nos debe obligar a hacer una seria y multidisciplinar reflexión.

No puedo ni debo hacer de este punto argumento principal de este trabajo, cuando sé que otros compañeros realizarán interesantes y más cualificadas aportaciones sobre ello, pero me gustaría realizar, al menos, un inciso en el tema. Desde mi punto de vista, la publicación que ahora nos ocupa, va a ser una importante y novedosa reflexión conjunta sobre la Alhambra, que con seguridad, no será la última. Y es por ello, que se nos señala como responsables de una crucial contribución a ese imaginario colectivo, que es tan nuestro y a la vez tan universal.

Nuestro compromiso estriba en el modo en que somos mediadores de este patrimonio con respecto al mundo. Mediadores, que nunca propietarios en exclusiva. En el espíritu mismo de este trabajo monográfico está la honestidad misma con el conjunto monumental y la ciudad en la que se ubica. Muchos de nosotros, incluso, los que como es mi caso, no hemos nacido en Granada, somos hijos de la Alhambra.

Yo tuve la enorme fortuna de acercarme a ella, pasearla, mirarla y remirla gracias a muchos ojos que me sirvieron primero para conocerla y después para amarla. Mi buena estrella me llevó a Granada para iniciar mis estudios universitarios y a partir de ahí, fueron muchos de mis profesores y, puedo decir con orgullo, que después amigos, los que me hicieron que yo la viera desde sus ojos. Historiadores, arquitectos, arabistas, arqueólogos, matemáticos.... todos ellos me enseñaron su Alhambra e hicieron despertar en mí el interés por conocerla aún mejor. Algunos me brindaron la oportunidad de que en poco tiempo fuera yo quien la mostrara con mi propia mirada. Porque todos aquellos que alguna vez han tenido que guiar un grupo de amigos o aconsejar a algún turista, sin ser conscientes de ello, han ofrecido “su propia mirada”.

Durante años he tenido la ocasión de guiar visitas por el conjunto y es así como he presentado a propios y a extraños, porque en mis grupos había desde residentes en la ciudad, que habían visitado la Alhambra en muchas ocasiones, hasta niños de corta edad que venían a verla por primera vez. La variedad de mis grupos ha sido extraordinariamente enriquecedora para mí y albergo la esperanza que para ellos lo haya sido también de algún modo. Todos ellos se han llevado un poquito de mí en cada visita y yo, a su vez, me he llevado un poco de todos ellos. Porque gracias a sus preguntas, comentarios e inclusive, a sus gestos de cansancio o despiste, yo aprendía y crecía en mí la voluntad de mejorar y de aprender. Siempre encontraba algún nuevo reto que me llevaba a buscar un libro o un artículo que leer, incluso releer algunos que llevaba tiempo sin darles una ojeada. Creo que no hubo un grupo al que yo acompañase que no me obligara a buscar material que estudiar. Obviamente ellos despertaron en mí el deseo de matricularme en todas las asignaturas que pensaba podían tener relación con el conjunto de la Alhambra. Hacer cursos y asistir a Congresos especializados, un Master sobre cultura Árabe y Hebrea, ... en definitiva, a seguir aprendiendo a verla a través de muy distintos ojos y de ese modo, amarla aún más. Porque mi experiencia con la Alhambra fue muy similar a la que tuvieron algunos de esos viajeros románticos. No puedo equipararme a ellos en su maestría descriptiva o en su bella prosa, pero sí en la pasión reflejada en la experiencia vital que es siempre llegar hasta la Alhambra y para mí, ahora que no estoy allí, volver a Granada. Porque como mejor que yo, pueden expresarlo las palabras de Lady Louisa Tenison: *aunque uno de los mayores placeres de la vida puede ser la vez primera que se ve Granada, aún hay otro mayor, el de visitarla por segunda vez.*

Verdaderamente me hubieran servido citas de otros muchos autores, pero cuesta mucho decidirse por sólo una de ellas, como escribía en sus cartas David Roberts mientras dibujaba, *en Granada hay tanta belleza.* Este artista dejó una extensísima obra gráfica de sus impresiones durante su viaje por España y llevó a cabo una labor, por la imagen de Granada y su Alhambra, que puede equipararse a la realizada por W. Irving.

Pero intentemos obtener alguna conclusión de este trabajo y concretar cuál ha de ser la tarea que a día de hoy nosotros debemos imponernos, aquel trabajo que aún está por realizar, a pesar de lo mucho y muy bueno que ya se ha escrito y reflexionado sobre la Alhambra. Desde hace unas décadas el conjunto monumental cuenta con un patronato que se encarga de una gestión integral del mismo aunando tareas de conservación, difusión, investigación, musealización y organización del acceso mediante distintas modalidades de visita. A esto se puede sumar la colaboración que se le ofrece en tan extensa labor por parte de organismos e instituciones públicas y privadas. Una de las bases más importantes en las que sustentar tanto su protección como su proyección dentro y fuera de nuestras fronteras es incuestionablemente el gran re-

pertorio bibliográfico, que se ha ido enriqueciendo extraordinariamente en los últimos años y que se pone a nuestra disposición de un modo más accesible gracias a las nuevas tecnologías.

Con todo lo relacionado anteriormente, en su conjunto, sería un auténtico pecado, desechar todo ese trabajo previo. Si parafraseando a Newton, estamos verdaderamente sobre hombros de gigantes, no descendamos de ese nivel y no menospreciemos todo ese trabajo. No bajemos hasta el nivel de necios o ignorantes. Aprovechemos todo este legado para aprender e instruir.

Nosotros debemos de ser conscientes de que nuestro empeño está más allá. Hemos de aspirar a algo más que la pura atracción visual, a algo más que el pasajero enamoramiento que proporciona lo recientemente descubierto, hemos de forjar un amor más duradero y no por ello menos intenso, que se pueda establecer con la Alhambra y la ciudad de Granada. Y ese amor, no puede llegar más que por el conocimiento. Y es justo ahí donde todos nosotros debemos hacernos partícipes y responsables, en la medida de nuestras posibilidades. Puesto que tenemos conocimientos, muchos y sobrados, debemos saber transmitirlos tanto a los viajeros visitantes como a los mediadores entre estos y el monumento. Esta debería constituirse en objetivo curricular de cualquier grado, master o curso en el que se imparta formación a los futuros guías, interlocutores, intérpretes del patrimonio...

Para tener los argumentos suficientes que justifiquen esta enorme responsabilidad que implica la formación de futuros profesionales que se conviertan en auténticos cicerones acuden otra vez en mi ayuda las palabras de W. Irving al referirse a la persona que había guiado sus pasos por la Alhambra y le había dado a conocer historias y relatos. Él lo llamaba cicerón, y si volvemos a las acepciones que nos da el Diccionario de la Real Academia, es aquel que habla con elocuencia, que se define como facultad de hablar o escribir de modo eficaz para deleitar, conmover o persuadir. Sin ningún género de duda, Irving no erraba en su calificativo, pero nosotros tampoco lo haríamos si consiguiéramos que quienes dejen ver a través de sus ojos el conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife fueran personas altamente cualificadas capaces de conmover a los que se acercan a conocerla.

Somos muchos los que compartimos esta responsabilidad de intermediación, en cuanto que nos convertimos en guías privilegiados, en algunas ocasiones, y a la vez de formación, puesto que tenemos tareas docentes en diferentes grados universitarios. Es por ello que conocemos esa doble vertiente y por tanto tenemos la posibilidad de aportar un poco más. En nuestras visitas debe ser obligado alcanzar un alto grado de excelencia, que no se medirá por la cantidad de fechas o términos artísticos que seamos capaces de exponer y con los que abrumar a nuestros grupos, sino por la necesaria curiosidad que nos debe imponer el estudio y la reflexión honesta sobre el conjunto monumental con cada oportunidad que se nos brinde de traspasar sus puertas. Y como docentes, aún más. Si a los alumnos del grado de turismo se les han cargado los horarios con asignaturas que claramente exigen un dominio de varios idiomas, en las pocas en las que el patrimonio sea contenido básico, debemos elevar el nivel de exigencia tanto para ellos como para nosotros. Flaco favor se les hace dejando su formación patrimonial en manos de asignaturas de aprobado fácil u optativas. Se ha de alentar en ellos el mantener un horizonte de conocimientos que responda a las expectativas de un amplio espectro de futuros visitantes. En su formación ha de estar la clave de un conocimiento y un trabajo de interpretación honesta del monumento. Porque en esa persona, que en un futuro próximo será guía y mediador, están en buena parte, puestas nuestras esperanzas de que sea capaz de transmitir al que se

acerque a la Alhambra un recorrido a través del espacio y el tiempo que haga sentir a los visitantes su paso por un espacio construido, vivido, transformado, abandonado y recuperado para ellos, como un legado imperecedero. Como un regalo que siempre quieran volver a abrir y cuya visión les acompañe de por vida.

Figura 4. Vista de la Alhambra desde el Generalife.



Fuente: Fotografía de la autora.

Quisiera que todos y cada uno de los que franquearan la Puerta de la Justicia para acceder a los antiguos Palacios Nazarís se llevarán una visión como la que yo tengo. Porque esa visión de la Alhambra me acompañará siempre, nunca abandonará mi memoria, ya que en ella ha dejado una huella indeleble. Huella que se fue matizando con el tiempo, con la adquisición de nuevos conocimientos, con mis propias experiencias recorriendo sus salas y patios y muy especialmente con las ocasiones en las que se me brindó la oportunidad de mostrársela a otros. Esos que espero, algún día, puedan decir que descubrieron una Alhambra maravillosa, o al menos, tan maravillosa como yo la sentía y la siento aún hoy. Una Alhambra que descubrí a través de la mirada de muchos otros a los que debo una gratitud eterna y que me enseñaron a conocerla y a amarla tanto, que ahora, mientras escribo este artículo, sólo puedo hacer como hicieron los viajeros románticos. Recordarla con nostalgia, con esa sensación de tristeza que te aprieta muy dentro y con unos ojos que se llenan de lágrimas al despertar de esa ensoñación que ha sido para mí volver a Granada y a la Alhambra a través de estas palabras.

Referencias

- AA.VV., **Alhambra. Arquitectura neoárabe en Latinoamérica**. Granada: Catálogo de la exposición temporal celebrada del 25 de septiembre al 31 de octubre de 2017.
- AA.VV. **Catálogo. Oriente al sur. El calotipo y las primeras imágenes fotográficas de la Alhambra 1851-1860**. Granada: Ed. Patronato de la Alhambra y Generalife, 2017.
- BAS MARTIN, Nicolás. Los repertorios de libros de viajes como fuente de documentación. **Anales de Documentación**, N° 10, 2007. pp. 9-10.
- BAYNAT MOREAL, María Elena. **Visión de España y los españoles en la literatura francesa de viajes del siglo**

XIX. Theophile Gautier y Alexandre Dumas. Valencia: Ed. Universitat, 2003.

BORROW, George. **La Biblia en España o viajes, aventuras y prisiones de un inglés en su intento de difundir las Escrituras por la Península.** Madrid: Alianza Editorial, 1987.

CALATRAVA, Juan. La Alhambra como mito arquitectónico, 1750-1910. En GONZÁLEZ ALCANTUD, J. A. y ABDELLOUAHED A. (Eds.). **La Alhambra: lugar de la memoria y el diálogo.** Granada: Patronato de la Alhambra y el Generalife, 2008.

CAMPOS PLAZA, Nicolás y CAMPOS MARTÍN, Natalia. El universo lúdico de Théophile Gautier en “Voyage en Espagne”: La Mancha. En: PUJANTE GONZÁLEZ, D., REAL, E., JIMÉNEZ PLAZA, D., CORTIJO TALAVERA, A. (Coord.) **Écrire, traduire et représenter la fête.** Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia, 2001. pp. 197-207.

CORNU, Jean Mitchel. La representación de La Alhambra en tres escritores: Henry Swinburne, François-René Chateaubriand y Théophile Gautier. En GONZÁLEZ ALCANTUD, J. A. y ABDELLOUAHED A. (Eds.). **La Alhambra: lugar de la memoria y el diálogo.** Granada: Patronato de la Alhambra y el Generalife, 2008.

DAVILLIER, Jean Charles. **Viaje por España: ilustrado por Gustavo Doré.** traduc. I. Gil de Ramales, prólogo y notas de A. del Hoyo, Madrid: Giner, 1991.

FORD, Richard. **Manual para viajeros por España y lectores en casa: sobre el país y sus ciudades, costumbres de sus habitantes, su religión y sus leyendas.** Traduc. de J. Pardo. Madrid: Turner, 2008.

GALERA ANDREU, Pedro. **La imagen romántica de la Alhambra.** Ed. El Viso. 1992.

GARRIDO DOMÍNGUEZ, A. **Mujeres viajeras recorren la Andalucía del XIX: esplendores, miserias, femeniles arrojos y desasosiegos de cuarenta y cuatro extranjeras en la remota Hispania.** Ronda, Málaga: Ed. La Serranía, 2011.

GAUTIER, Teophile, **Viaje por España.** Ed. facs., Valladolid: Maxtor, 2008.

GÓMEZ DE LA SERNA, Gaspar. **Los viajeros de la Ilustración.** Madrid: Alianza Editorial, 1974.

HUMBOLDT, Wilhem von. **Diario de viaje a España: 1799-1800.** Madrid: Cátedra, 1998.

IRVING, Washington. **Cuentos de la Alhambra.** Granada: Edit. Miguel Sánchez, 1981.

LLEO CAÑAL, Vicente. España y los viajeros románticos. En: **Estudios turísticos**, Nº 83, 1984. pp. 45-53.

MÉRIMÉE, Prosper, **Viajes a España**, traducción, prólogo, notas y cronología de G. Ramos González. Madrid: Edit. Aguilar, 1988.

MIÑANO MARTÍNEZ, Evelio. España: un viaje de Théophile Gautier a su poética. En: BRUÑA CUEVAS et all. (Coords) **La cultura del otro: español en Francia, francés en España. Ciudad, editora.** Sevilla: Universidad de Sevilla, 2006. pp. 549-557.

MITCHELL, David, **Travellers in Spain: Spain seen through the eyes of famous travellers, from Borrow to Hemingway.** Santana Books, 2004.

NAVARRO DOMINGUEZ, Eloy. Washington Irving y el hispanismo norteamericano. En: NAVARRO DOMÍNGUEZ, E., GARNICA SILVA, A., LOSADA FRIEND, M. (Eds.) **De Colón a la Alhambra: Washington Irving en España.** Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 2015. pp. 131-147.

ORTEGA CANTERO, Nicolás. Romanticismo, paisaje y Geografía. Los relatos de viajes por España en la primera mitad del siglo XIX. En: **Eria**, Nº 49, 1999. pp. 121-128.

PIÑAR SAMOS, Javier. (Coord.) **La Alhambra: turismo y fotografía en torno a un monumento.** Granada: Patronato de la Alhambra y del Generalife, Caja Granada, 2006.

ROBERTON, Ian. **Los curiosos impertinentes viajeros ingleses por España desde la ascensión de Carlos III hasta 1855.** Madrid: Ed. del Serbal, 1988.

ROMERO TOBAR, Leonardo. **Los libros de viaje. Realidad vivida y género literario**. Madrid: Akal, 2005.

SERRANO, María del Mar. **Viajes de papel: (repertorio bibliográfico de guías y libros de viajes por España, 1800-1902)**. Barcelona: Universitat, Publicacions, 1993.

TENISON, Louis. **Castile and Andalusia**. Londres: Edit. Richard Bentley, 1853.

VIÑES MILLET, Cristina. La Alhambra que fascinó a los románticos. En: **Revista del Centro de Estudios Históricos de Granada y su Reino**. Nº. 18, 2006. pp. 167-186.

Recebido em 22/04/2018.

Aceito em 17/05/2018.